

## Firmenkundengeschäft

## Digitale Plattformen bei Unternehmen oft unbekannt

Digitale Plattformen erwirtschaften Milliardenumsätze und haben in den vergangenen Jahren ganze Branchen wie die Hotelbranche, den Handel oder auch die Musik- und Filmindustrie grundlegend verändert. Doch deutsche Unternehmen tun sich mit dieser Entwicklung weiterhin schwer. Mehr als die Hälfte (54 Prozent) der Geschäftsführer und Vorstände von Unternehmen mit mehr als 20 Beschäftigten geben an, dass sie von Plattform-Ökonomie, Plattform-Märkten oder digitalen Plattformen noch nie gehört haben. Nur 43 Prozent sagen, dass sie die Begriffe kennen.

Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage unter 505 Unternehmen aller Branchen im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. Verglichen mit dem Vorjahr, als 36 Prozent der Befragten die Begriffe kannten und 62 Prozent noch nie davon

gehört hatten, ist das nur eine leichte Verbesserung.

Auch jene Unternehmen, die zumindest von der Plattform-Ökonomie gehört haben, tun sich mit deren Nutzung oder Etablierung schwer. So gibt mehr als jedes dritte dieser Unternehmen (39 Prozent) an, digitale Plattformen seien für das eigene Geschäft nicht relevant. Besonders skeptisch sind Industrieunternehmen: Von ihnen sagen zwei Drittel (67 Prozent), das Thema sei für sie ohne Bedeutung.

Im Handel ist dieser Anteil mit 18 Prozent am geringsten. Immerhin bieten etwas mehr als die Hälfte (55 Prozent) der Unternehmen, die den Begriff digitale Plattformen kennen, eigene Produkte oder Dienste auf einer Plattform an, 43 Prozent kaufen Produkte auf Plattformen ein oder buchen dort Dienstleistungen. **Red.**